

Tesis  
2620

# UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN  
SOCIAL

7235



## TESIS MONOGRÁFICA

**ALFABETIZACIÓN AUDIOVISUAL:  
un largo camino de la teoría a la práctica.**

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

AUTORA: MARÍA FERNANDA IPATA

MATERIA: SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA

CÁTEDRA: Prof. Raúl Burzaco

fin  
12/99

Buenos Aires, 6 de julio de 1999.

# **ÍNDICE DE CONTENIDOS**

Simplemente, gracias...	4
Palabras prestadas	5
Introducción	6

## **PRIMERA PARTE:**

La escuela y la televisión	8
Capítulo 1: La televisión, una golosina visual	11
Capítulo 2: La escuela a la defensiva	20
Capítulo 3: El uso de lo desconocido	24
Capítulo 4: La recepción activa	29
Capítulo 5: Las paralelas pueden juntarse	39
Capítulo 6: La experiencia en otros países	52
Anexo: Apuntes periodísticos	87
Los medios de comunicación social y la televisión	88
Los medios van a la escuela	110
Cuando la televisión educa y cuando se educa en la televisión	121

## **SEGUNDA PARTE**

Donde la tierra es fértil	136
Capítulo 1: La Educación General Básica	137
Capítulo 2: Alumnos del Tercer Ciclo	141
Capítulo 3: El Área de Lengua	147
Anexo: Apuntes periodísticos	159
Nuevo Sistema Educativo	160

Propuesta de alcances de los contenidos por bloque y por ciclo en el Área de Lengua	167
Más sobre la educación	181

### **TERCERA PARTE**

Qué se enseña sobre la televisión	190
Capítulo 1: Módulos de Capacitación a Distancia y Proyectos de la Red Federal de Capacitación	191
Capítulo 2: La televisión según los libros de texto	208
Capítulo 3: Qué saben los alumnos	234

### **ANEXO: ENCUESTAS Y APUNTES PERIODÍSTICOS**

Ficha técnica de las encuestas	240
Modelo de encuesta	241
Ladróna de tiempo, criada infiel	242
Todo desfila por la pantalla chica: la violencia y los efectos de la televisión	254
Programas televisivos más vistos	292
El cable argentino es cosa de chicos	300
Programas televisivos preferidos	306
Los dibujos animados	315
Las nuevas chimeneas domésticas	326
Personas con quien hablan sobre lo que ven en TV	335

<b><u>CONCLUSIÓN</u></b>	343
--------------------------	-----

<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	347
---------------------	-----

<b>REVISTAS</b>	352
-----------------	-----

## **SIMPLEMENTE, GRACIAS...**

No es fácil agradecer, en el momento de hacerlo inevitablemente queda mucha gente en el tintero. Es por eso que primero quiero darle las gracias a aquellas personas de las que me olvido y que contribuyeron a que pudiera cumplir mi sueño.

En primer lugar quiero agradecerle a mis padres y tíos por el enorme sacrificio económico que realizaron para que pudiera finalizar esta costosa carrera.

A mis familiares, amigos y compañeros por darme el apoyo y la fuerza necesaria para poder continuar.

A María, simplemente por estar en las buenas y en las malas. Por ser mi amiga, siempre.

A mi señorita Mirta que durante los tres primeros años de la escuela primaria me enseñó a leer y escribir, pero por sobre todo me enseñó a amar hacerlo.

A todos los docentes que durante estos 20 años de estudio, me dieron las herramientas necesarias para llegar a este momento y por permitirme hacer lo que realmente me apasiona: estudiar y aprender cada día algo nuevo.

A los profesores de los últimos cinco años, por no estar nunca ni un paso atrás ni uno adelante, sino siempre a mi lado para, cada uno desde su porción del saber, brindarme todos los conocimientos que pude aprender en este largo y difícil camino de la enseñanza universitaria. Pero por sobre todo por inculcarme los valores morales y éticos necesarios para desempeñar de la mejor manera posible esta complicada y comprometida tarea de informar. Y por transmitirme la pasión que cada uno de ellos tiene por la verdad y por aprender cada día algo nuevo.

A Elba y a las autoridades de la facultad, por estar siempre que los necesité y por haberme dado la ocasión de conocer lugares y gente nueva, con las que pasé experiencias tan enriquecedoras como inolvidables. Y por haberme dado la oportunidad de trabajar en lo que más me gusta: el periodismo gráfico.

A mi maestro José, que cuando estaba en séptimo grado queriendo ser arquitecta, doctora, abogada e investigadora privada, me recomendó que siguiera una carrera relacionada con las humanidades, y creo que no hay carrera más humana que el periodismo y la educación, por la responsabilidad social que ambas implican.

## **PALABRAS PRESTADAS**

“Si tu hijo vive al borde de un océano, más vale enseñarle a nadar que construir un muro alrededor del mar”.

Roxana Morduchowicz

“Es evidente que en la sociedad contemporánea los medios son importantes creadores y mediadores del conocimiento social. La comprensión de los diferentes modos en que los medios representan la realidad, de las técnicas que utilizan y de las ideologías que impregnan sus representaciones debería ser una exigencia para todos los ciudadanos actuales y futuros de una sociedad democrática”.

Len Masterman

“El intérprete siempre tiene que sospechar que hay algo más que lo manifiesto. Pero mi lucha es contra la paranoia de la sospecha, lo cual es totalmente diferente”.

Umberto Eco

“Pocos inventos humanos, si acaso alguno, han transformado tanto la vida del hombre como la televisión. Medio de comunicación masivo por excelencia, la "pequeña pantalla" se introdujo sin resistencias, y a paso gigante, en todos los hogares del mundo, alcanzando un grado de receptividad tan espectacular como no había conocido, jamás, medio alguno. Imponiendo leyes y estructuras propias, la televisión fue devorándose uno a uno, y a ritmo vertiginoso, todos los conceptos, esquemas, mitos y tiempos vigentes hasta entonces. Fue creando los suyos. Y, en el camino, aplastó sin misericordia a quienes pretendieron acomodarla a reglas de juego previamente conocidas. El mundo había creado un enorme y maravilloso espejo que, indisciplinado y caprichoso sólo a veces se dignaba a reflejarlo. La televisión había llegado para quedarse... Y allí empezaba la historia”.

Jorge Zicolillo

“En mi corazón llevaré mi televisor conmigo. Te amo”.

Nota suicida de un niño de escuela de Nueva York, Genaro García, que se disparó un tiro después de que su padre le prohibiera ver televisión.

## INTRODUCCIÓN

En la sociedad actual toda persona se encuentra inmersa, quiera o no, sea consciente o no, en una aldea global conformada por medios de comunicación (prensa, radio, TV, afiches, discos, computadoras, redes, etc.).

Medios que sin nuestro permiso nos bombardean de información y de contenidos no siempre necesarios y beneficiosos, convirtiéndonos cada vez más en seres amorfos y pasivos, sin reacción ni resistencia a pesar de los diversos e importantes filtros que se interponen entre los dos extremos del proceso comunicativo.

A lo largo de la historia de cada individuo, los medios de comunicación han ido moldeando su capacidad para configurar su mundo físico, social, cultural y ético.

Se demostró que los sujetos receptores no se enfrentan a los medios con la mente en blanco sino que lo hacen desde sus actitudes, valores, ideas, conocimientos, etcétera. Estos intermediarios entre el emisor y el receptor permiten que el mensaje no cumpla siempre con los objetivos propuestos por el medio y deba superar obstáculos para acceder al receptor: de esto se trata la recepción activa.

La educación, ante esta situación innegable, debe tomar cartas en el asunto, formando la denominada “*mente crítica*” mediante una “*alfabetización audiovisual*” impartida a lo largo de toda la escolaridad de los niños, principalmente en los niños/adolescentes.

Como rezan los Contenidos Básicos Comunes de la Educación General Básica “le corresponde a la escuela brindar igualdad de posibilidades para que el ciudadano y la ciudadana logren el dominio lingüístico y comunicativo que les permita acceder a la información, expresar y defender los propios puntos de vista, construir visiones del mundo compartidas o alternativas y participar en los procesos de circulación y producción de conocimiento. Esto constituye un derecho humano inalienable”.

Es desde esta perspectiva que la Ley Federal de Educación señala como uno de los objetivos prioritarios de la EGB “lograr la adquisición y el dominio instrumental de los saberes considerados socialmente significativos”.

Por medio de la educación, se debe crear la vacuna preventiva de la desinformación, la no comunicación, la penetración cultural y la pasividad, afecciones tan corrientes en nuestro tiempo. Ante el crecimiento desmesurado de medios de comunicación y la falta de control de sus mensajes, es necesario crear conciencia crítica



en los receptores y fomentar otros espacios de comunicación y diálogo, de creación e intercambio.

La “niñera electrónica”, además de otros medios, comparte con los niños más tiempo que sus padres o docentes, lo cual sitúa a estos últimos en una situación de desventaja, no sólo reducida al factor temporal sino también a los métodos utilizados por ambos grupos para influir en los niños/adolescentes.

Entre los medios de comunicación actuales el que más influencia tiene es la televisión, debido a que llega a todos los hogares del país sin importar el nivel socioeconómico, la edad o el sexo de los receptores; además de ser el medio con el que más horas pasan los niños/adolescentes. Es el medio en el que más dinero invierte la publicidad, lo que evidentemente debe ser redituable gracias a su poder de influencia y manipulación.

Estas y otras observaciones dan cuenta más que suficiente de que el estudio de la televisión es un saber socialmente significativo, por lo que su inclusión en el currículum escolar, en los libros de texto y en la capacitación docente es impostergable.

En el presente trabajo, se intentará demostrar que *la enseñanza impartida desde los textos escolares y los conocimientos docentes sobre medios de comunicación social (prensa, radio y televisión) en el tercer ciclo de la Educación General Básica en el Área de Lengua en la Provincia de Buenos Aires no contribuyen a la formación de receptores televisivos críticos.*

La educación debe cambiar sus métodos de enseñanza para lograr recaptar a los receptores que se llevaron los medios de comunicación. Los métodos tradicionales de educación ya no despiertan el interés de los alumnos, sino aburren y cansan.

Por este motivo se hace indispensable conocer los mecanismos de emisión y transmisión de mensajes utilizados por los medios de comunicación social para educar y orientar su recepción, y por qué no, para utilizarlos en la educación, incorporándolos como material pedagógico y metodológico en la transmisión de los conocimientos académicos.

La escuela tendrá la importante misión de convertir a los asiduos usuarios de los medios en productores. De esta manera la condición de usuario se verá comprometida con la exigencia, la selección y el vínculo participativo; obligando a la determinación de aumentar la calidad de los mensajes que se emiten.

# **PRIMERA PARTE:**

## **LA ESCUELA Y LA TELEVISIÓN.**

- ❑ CAPÍTULO 1: La televisión, una golosina visual.
- ❑ CAPÍTULO 2: La escuela a la defensiva.
- ❑ CAPÍTULO 3: El uso de lo desconocido.
- ❑ CAPÍTULO 4: La recepción activa.
- ❑ CAPÍTULO 5: Las paralelas pueden juntarse.
- ❑ CAPÍTULO 6: La experiencia en otros países.
- ❑ ANEXO: Apuntes periodísticos



La relación de las instituciones educativas con los medios de comunicación ha pasado por distintas etapas, íntimamente relacionadas con la actitud de la sociedad ante ellos.

En un principio, la escuela desde su versión *apocalíptica*, consideraba a los medios como los creadores de una anticultura lograda tras la popularización del saber. Ante esta conceptualización los docentes adoptaron una pedagogía paternalista y defensiva. Aún no dejada de lado en muchos casos.

Luego, surgió la postura *integrada*, que idealizaba a los medios sin un conocimiento real y profundo de los mismos.

Entre estas dos posturas antagónicas y por igual valorativas, existe una postura que equilibra ambas maneras de entender a los medios de comunicación de masas: *la aceptación crítica*.

Ante la presencia inevitable de los medios de comunicación la escuela no debe ni combatirlos ni defenderlos, sino formar en los alumnos las armas necesarias para que ellos mismos, desde unos parámetros lógicos, puedan delimitar qué es lo bueno y qué es lo malo de la comunicación audiovisual.

*Len Masterman* enumera tres grandes paradigmas históricos de la educación audiovisual:

a) *El paradigma vacunador* corresponde a la era pretelevisiva, cuando se consideraba a los medios como los productores de una cultura falsificada, amenaza directa a la auténtica cultura. Cuando los ingresos por publicidad, y no el pago de los lectores, se convirtieron en la principal fuente de dinero para los periódicos, éstos cambiaron sus contenidos y formatos, porque su objetivo pasó de producir noticias a producir audiencia para los anunciantes.

b) *El paradigma del arte popular* consistía en capacitar a los alumnos para que sean capaces de discriminar no en contra de los medios sino entre ellos. La idea central era que la cultura popular era tan capaz de producir auténticas obras de arte como la cultura elevada.

La educación audiovisual continuaba con su carácter proteccionista y evaluador. La evaluación no descansaba sobre la base de parámetros objetivos, iguales para todos, sino más bien en identificar lo bueno con los gustos de la clase media (donde se situaban los educadores) y lo malo con la clase trabajadora (a la que pertenecía el alumnado).

En este contexto hace su aparición la semiótica, que incorpora importantes aportes a la educación audiovisual:

1- En primer lugar eliminó la consideración de los medios como espejos de la realidad o ventanas abiertas al mundo, y afirmó que los medios codificaban sus mensajes mediante un conjunto de signos que era necesario aprender a decodificar críticamente.

De esta manera la semiótica ayudó a establecer el primer principio de la educación audiovisual: la no transparencia, incorporando el concepto de la representación.

2- La semiótica dio la posibilidad de analizar todo el material audiovisual, eliminando la distinción entre lo que tenía valor cultural y lo que sólo poseía atractivo superficial.

c) *El paradigma representacional*, centrado en las cuestiones de política y de poder existentes en la producción, circulación y consumo de imágenes y representaciones.

La puesta en práctica de esta concepción significó la ruptura del concepto bancario de educación, condenado por *Paulo Freire*. El profesor dejaba de ser el poseedor de la verdad y el conocimiento, así también de la información transmitida. Ahora la información circulante en el aula era otorgada por el propio medio. De esta manera los medios igualaron a profesores y alumnos en el proceso de aprendizaje.

En esta primera parte del trabajo se explicarán algunos conceptos básicos sobre el medio televisivo. Luego, la exposición enunciará las dos posturas más frecuentes de la escuela frente a la televisión: una que la coloca a la defensiva y otra que integra los medios audiovisuales, pero sin un conocimiento de los mismos.

A continuación se conceptualizará la recepción activa para intentar la comprensión de los principios básicos del *alfabetismo audiovisual* –punto de encuentro entre la televisión y la escuela–.

En el último capítulo se realizará un recorrido por la experiencia de otros países en la educación audiovisual.

Esta Primera Parte finaliza con Apuntes Periodísticos sobre los temas desarrollados que permiten el conocimiento de otras opiniones y puntos de vista.

# **CAPÍTULO 1**

## **LA TELEVISIÓN, UNA GOLOSINA VISUAL**

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

Una de las tantas definiciones del hombre sostiene que es un “animal simbólico”. En el mundo humano parece darse un salto cualitativo respecto de las otras especies. *Ernst Cassirer*, autor de esta definición, afirma que:

“entre el sistema receptor y el efector, que se encuentran en todas las especies animales, hallamos en el hombre como eslabón intermedio algo que podemos señalar como sistema simbólico”.<sup>1</sup>

De esta manera el hombre no vive sólo en un universo físico conformado por aquello que lo rodea sino también en un universo simbólico constituido por el lenguaje, el mito, el arte y la religión.

Esta capacidad simbólica hace único al *homo sapiens*, al otorgarle la posibilidad de manejar un lenguaje-palabra.

Hasta no hace muchos años todos los medios de comunicación eran portadores de comunicación lingüística.

Pero con la aparición de la televisión, la imagen prevalece sobre la palabra de una manera palpable, dando nacimiento a la cultura de la imagen.

Como afirma *Giovanni Sartori*

“es la televisión la que modifica primero, y fundamentalmente, la naturaleza misma de la comunicación, pues la traslada del contexto de la palabra (impresa o radiotransmitida) al contexto de la imagen”.<sup>2</sup>

Este autor italiano sostiene que la televisión no es sólo un medio de comunicación sino que es también paideía, es decir, mediante un proceso de formación da origen a un nuevo ser humano: el *homo videns*.

Este pensamiento de Sartori se corrobora con lo que para muchos niños significa la televisión: “imagen que entretiene”, “un medio de comunicación visual”, etc.

*Marshall McLuhan*, siguiendo la corriente del Determinismo Tecnológico iniciada por Harol Innis sostiene:

“Las sociedades siempre han sido moldeadas más por la índole de los medios con que se comunican los hombres que con el contenido mismo de la comunicación. El alfabeto, por ejemplo, es una tecnología que el niño muy pequeño absorbe de un modo totalmente inconsciente, por ósmosis, digamos. Las

---

<sup>1</sup> Cassirer, Ernst. *Antropología filosófica*. 3º reimpresión argentina, Fondo de Cultura Económica, Argentina. 1992. Pág. 47.

<sup>2</sup> Sartori, Giovanni. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Taurus, Madrid, 1997.

palabras y el significado de las palabras predisponen al niño a pensar y a actuar automáticamente de una cierta manera. El alfabeto y la tecnología de la impresión han promovido y estimulado un proceso de fragmentación, un proceso de especialización y de separación. La tecnología eléctrica promueve y estimula la unificación y el involucramiento. Es imposible comprender los cambios sociales y culturales si no se conoce el funcionamiento de los medios.”<sup>3</sup>

Hoy por hoy, la teorización elemental del determinismo tecnológico –según la cual los efectos de la tecnología parecen determinar otros aspectos de la vida social- ha dejado paso a una visión de la producción y del consumo de la tecnología relacionadas con las matrices culturales, políticas y económicas de la sociedad industrial. Las tecnologías son a su vez efectos, efecto de circunstancias y estructuras, decisiones y acciones sociales, económicas y políticas.

Las transformaciones tecnológicas conducen hacia la necesidad de una reconceptualización de los medios. *Miquel de Moragas Spà*, sostiene que

“estos progresos en las técnicas de difusión se complementan y se articulan con las técnicas de informatización”.<sup>4</sup>

Para finalizar afirmando:

“con la acumulación, procesamiento y recuperación automatizada de datos se produce una alteración decisiva en la mediación. El receptor de la comunicación tiende a convertirse en usuario, en el sentido de que participa en el proceso de selección –de interacción- para recuperar la información previamente acumulada”.<sup>5</sup>

Actualmente, los medios audiovisuales, en sus diversos soportes, están moldeando el modo de pensar y sentir de millones de receptores. Entre ellos, la televisión logra ingresar en los hogares sin barreras aduaneras de ninguna índole.

Es un medio omnipresente en el estilo de vida de los pueblos y conlleva un poder de cambio cultural considerable.

Una alumna de séptimo año del Instituto Sagrada Familia afirmó que la televisión “es un aparato que estropea la mente de chicos y mallores” (sic.). Al responder un cuestionario aceptó mirar más de seis horas diarias de televisión.

---

<sup>3</sup> McLuhan, Marshall-Fiore, Quentin. *El medio es el masaje. Un inventario de efectos*. Ediciones Paidós Ibérica S.A. Serie Paidós Studio, Volumen 65. Primera reimpresión en España, Barcelona, 1987. Pág. 138.

<sup>4</sup> Moragas Spà, Miquel (editor). *Sociología de la comunicación de masas*, volumen IV. Segunda Edición, Gustavo Gili, Barcelona, 1986. Pág. 18. Introducción: Transformación tecnológica y tipología de los medios. Importancia políticas de la noción de ámbito comunicativo.

Su rápida irrupción y propagación ocasionó que la sociedad no tuviera tiempo para comprenderla. La televisión no cuenta con más de medio siglo de vida y ya gestó una cultura nueva: *la cultura audiovisual o videocultura*.

La televisión implica la transmisión instantánea de imágenes, tales como fotos o escenas, fijas o en movimiento, por medios electrónicos a través de líneas de transmisión eléctricas o radiación electromagnética (ondas de radio).

La tecnología de la televisión no es estática, desde su creación ha evolucionado vertiginosamente. La caja que sólo emitía imágenes en blanco y negro de mala calidad, se acerca paulatinamente hacia la fidelidad en la reproducción de la realidad exterior. Mediante el sonido estereofónico, la digitalización de las imágenes y otros recursos busca lograr uno de sus objetivos: reproducir la realidad de la manera más real posible.

Sin duda la televisión es un medio de comunicación que despierta gran interés en los jóvenes por tratarse de uno de los fenómenos representativos de nuestra civilización.

Un alumno de octavo año del Instituto Nuestra Señora de Fátima expresó que la televisión es “mi alma, me distrae, me aleja de los problemas y me enseña a alejarme de todo”. Esta definición confirma el poder de evasión que tiene la televisión como espectáculo signado por la imagen y la emotividad.

Una alumna de noveno año expresó con sus palabras el poder que llega a tener el medio sobre los chicos “la televisión es un aparato que te atrapa siempre, quieras o no”.

Otra compañera de 14 años dijo que definiría a la televisión “como un aparato en el que se ven realidades, ficciones, verdades y mentiras a diario y atrae a la gente misteriosamente”.

Siguientes respuestas al pedido de definición de la televisión acercaron las siguientes consideraciones: “una media naranja”, “compañera inseparable”, “un amigo”, “un compañero”.

Cuando se habla de aprovechar los intereses de los jóvenes en materia de educación se apunta a utilizar sus inquietudes como punto de partida para un trabajo que genere nuevos conocimientos. En muchos aspectos la televisión puede convertirse en el disparador fundamental de nuevos métodos. Ningún niño se opondrá a trabajar con ella, porque a diario se enfrenta a sus mensajes.

Dentro de esta corriente incluimos a la *alfabetización audiovisual*, que usará como punto de inicio para un sin fin de temas al medio televisivo, levantando el manto

---

<sup>5</sup> Ibidem.



que lo cubre y descubriendo las muchas aristas que para una recepción crítica se necesitan conocer.

Por cierto, se puede enfocar la relación televisión-educación desde diversas perspectivas. Una, considera al medio como el enemigo número uno de la escuela, conceptualizando al niño como un sujeto receptor pasivo ante la omnipotencia del medio.

Otra sostiene que puede ser una importante y positiva aliada del sistema educativo y que desde éste se puede enseñar a recepcionar los mensajes televisivos con una cierta cuota de crítica racional.

En el presente trabajo se tratará de demostrar la segunda perspectiva, incorporando los medios a los fines de la educación, transformando la cultura del espectáculo en una cultura del conocimiento.

Es importante tener en cuenta que las realizaciones de los sujetos están muy determinadas por las representaciones de la realidad que los van formando. Actualmente una de las fuentes principales de conocimiento de esta realidad es la televisión.

Sobre este aspecto, una alumna de noveno año del Instituto Nuestra Señora de Fátima corroboró la afirmación con las siguientes palabras: “la TV te muestra la realidad ¿quieres ver un crimen? miralo en la TV, ¿quieres oír malas palabras? miralo en la TV, ¿quieres ver guerras y muertes? definitivamente miralo en la TV”.

En la etapa de socialización una de las primeras adquisiciones de los sujetos, son las normas o reglas que le inculcan los adultos para poder interaccionar en el entramado social.

Los valores transmitidos expresan lo que la sociedad considera positivo o negativo, lo que debe hacerse o no, por lo que está muy ligado al marco normativo. Los valores se adquieren mediante la comunicación de adultos o compañeros y el sujeto intenta adaptarlos a los de su entorno.

Pero el niño recibe además informaciones sobre muchos hechos sociales, sobre aspectos concretos de la realidad y también obtiene otros conocimientos por su propia experiencia. Muchas de estas informaciones las adquiere el niño de la televisión, con la que pasan más horas que en la escuela o con sus padres.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Según una encuesta realizada a 280 alumnos del Tercer Ciclo de la Educación General Básica en tres escuelas del Partido de Moreno, un 42 % de los mismos mira más de 6 horas diarias de televisión. Más información sobre la encuesta en el Anexo al final del trabajo.

Históricamente siempre fueron el núcleo familiar o la escuela, las fuentes primordiales de difusión de valores. En la actualidad, sin lugar a duda, han perdido su hegemonía pedagógica debiendo compartirla y muchas veces abandonarla al entrar en competencia con la televisión.

Este aspecto refleja la crisis por la que atraviesan las grandes instituciones sociales –en este caso la familia y la escuela- que abandonan su rol histórico. Desde una perspectiva sistémica –según la cual un elemento de la sociedad puede ser reemplazo por otro- se entiende que el vacío dejado por la escuela y la familia sea ocupado por otra institución que ejecuta su rol. En nuestro caso el medio televisivo se transforma en escuela y familia de los chicos.

La productora española *Dolores Rico Oliver* afirma que:

“Desde el principio de los tiempos, ha sido la madre la que se ocupa de su hijo y a la vez que lo cuidaba le entretenía, constituyendo su personalidad a través de la actividad y el juego. (...) Hoy la madre ha dejado esta importantísima tarea en manos de la televisión. La ha elegido como niñera. Sin darse cuenta, la ha convertido en la reina-madre, en el corazón mismo del hogar (...) Siempre ha sido la madre quien nos ha indicado lo que es bueno o malo, lo que hay que amar, respetar, desear o rechazar. Toda una escala de valores que hoy fijan aquellos que programan las distintas cadenas o canales de televisión. Son ellos los que definen y destacan, según sus intereses ideológicamente muy concretos, lo que nuestros hijos deben querer o anhelar”.<sup>7</sup>

La presencia de la televisión, además de alterar los valores de los receptores, modifica su contexto y su entorno. Todos estamos expuestos a esta transmisión de un nuevo marco valorativo.

La psicóloga francesa *Liliane Lurcat*, directora de investigaciones en el Centro Nacional de la Investigación Científica (CNRS) de Francia afirmó:

“La televisión transformó a los niños que nacieron después de su invención. Hasta entonces, ellos eran introducidos a la vida exclusivamente por el ambiente familiar del cual adoptaban costumbres y valores, gracias a una lenta impregnación cotidiana. Hoy en día, y mucho antes de la escuela, disponen de otra fuente que les hace asimilar ambientes y concepciones, familiarizarse con adultos diferentes, experimentar emociones nuevas. En pocas palabras, ellos son atrapados

---

<sup>7</sup> Rico, Dolores. *TV fábrica de mentiras –la manipulación de nuestros hijos-*. Espasa Calpe, Madrid, 1993. Pág. 31.

por poderosas redes de influencia en edades sensibles de la formación de la persona”.<sup>8</sup>

Junto con lo anterior, el niño va elaborando explicaciones sobre cómo y por qué suceden los hechos siguiendo una manera determinada, es decir aprehende el funcionamiento de los sistemas sociales.

Normas, reglas, valores, informaciones y explicaciones son algunos de los elementos que componen los modelos o representaciones que el niño elabora gradualmente sobre el mundo social.

Según el educador brasileiro *Paulo Freire* (1921-1997), el proceso educativo debe basarse en el entorno del estudiante, en asumir que los educandos deben entender la realidad en la que viven como parte de su actividad de aprendizaje.

Es imprescindible que el niño conozca los entretelones del medio de comunicación que pasa más horas con él.

El famoso ejemplo que Freire propone es la frase “Eva vio una uva”, que cualquier estudiante puede leer. Según Freire, el educando necesita, para conocer el sentido real de lo que lee, situar a Eva en su contexto social, descubrir quién produjo la uva y quién pudo beneficiarse de este trabajo.

En este caso la uva será la televisión, medio de comunicación que el niño debe conocer en profundidad para poder aprovecharla de la mejor manera posible.

En su libro *La aldea global*, *Marshall McLuhan* caracterizó a los medios con las siguientes palabras:

“Todos los medios de comunicación son una reconstrucción, un modelo de alguna capacidad biológica acelerada más allá de la capacidad humana de llevarla a cabo: la rueda es una extensión del pie; el libro es una extensión del ojo; la ropa, una extensión de la piel, y el sistema de circuitos electrónicos es una extensión de nuestro sistema nervioso central. Cada medio es llevado al pináculo de la fuerza voraginosa con el poder de hipnotizarnos. Cuando los medios actúan juntos pueden cambiar tanto nuestra consciencia como crear nuevos universos de significado psíquico.

El ojo brillante fosforescente que parece un altar situado al final de la sala no es una excepción. Herbert Drugman, en los experimentos llevados a cabo para la General Electric, parece haber sido el primer hombre en descubrir la relación

---

<sup>8</sup> Lurcat, Liliane. *Le jeune enfant devant les apparences télévisuelles*. *Espirit*, N° 87. Marzo 1984. Pág. 38.

entre la televisión y el estado alfa. Imagínese a usted mismo sentado para un programa nocturno. Ha tenido un día de problemas analíticos, ya sea arreglando un auto o haciendo tablas actuariales. Enciende el aparato. Casi de inmediato, su cerebro salta de un estado neutral, aquietado por los puntos que se encienden en forma secuencial a través de la pantalla a una trigésima de segundo. Pero el cerebro derecho permanece alerta estimulado por las imágenes brillantes y sensuales, por la música y el movimiento casual. El hemisferio derecho puede ser el asiento de la emoción y, si no, conectado con esas regiones límbicas que emiten un timpanismo de respuestas subprimadas desde debajo de la neocorteza. Sin las restricciones del vigilante hemisferio izquierdo, su mente se encuentra en condiciones de responder virtualmente a cualquier sugestión, en particular de naturaleza sensual y simbólica, y usted es una caza no vedada para la venta irracional.”

El criterio del interés visual produce una aberrante modificación del contenido de los mensajes a través de los distintos tipos de manipulación a los que se somete la comunicación audiovisual.

El hecho de reducir la realidad a la pantalla del televisor, las tomas de las cámaras, los ángulos de toma, los planos utilizados, los efectos especiales, la edición, etc. tienen un poder manipulador inigualable, que transforma la realidad "real" en una realidad "mediatizada", producida y construida por el medio.

Los padres y los docentes son conscientes de hasta qué punto la realidad provoca decepciones en los niños a causa de la televisión. Si algo de la televisión no nos complace podemos optar por cambiar de canal o apagar el aparato, pero en la realidad no podemos operar de igual manera. Por este motivo el grado de frustración de los chicos es muy alto.

Con frecuencia la reproducción de la realidad resulta más gratificadora que la propia realidad. Más de un receptor dijo alguna vez preferir mirar el partido de fútbol sentado plácidamente en su casa que ir a la cancha.

Todo mensaje televisivo –ficcional o no ficcional- tiene las siguientes características:

- *El criterio de interés visual*, por el cual el mensaje buscará atraer la atención del espectador a través del lenguaje icónico que tenderá a lo atractivo y novedoso por medio del empleo de las cámaras, las tomas, los ángulos, los planos; la utilización de recursos de apoyo como mapas, cuadros, infografías; el empleo de determinados colores en la escenografía y el vestuario; etc.

- *La presentación del contenido*, en este caso los recursos utilizados para la presentación del contenido ejercen una importante influencia en la recepción de los mensajes, llegando hasta distorsionar o transformar el contenido inicial.<sup>9</sup>
- *Fragmentación en la presentación de los mensajes*. Esta fragmentación se ve aumentada por el comportamiento fragmentado en el uso de la televisión y el video. El famoso zapping (cambio de canal durante la emisión), zipping (aceleración de la lectura de las imágenes de un video para evitar las pausas comerciales o saltar el fragmento no deseado), grazing (salto constante de canal con la intención de seguir varios programas a la vez) y flipping (cambio de canal durante una emisión sin otra intención que el simple placer por el cambio).

Esta forma de recepcionar mensajes favorece lo que *Abraham Moles* denominó cultura mosaico, la televisión genera un tipo de saber disperso, aleatorio, fragmentado, descontextualizado e incoherente que hay que aprender a decodificar.




---

<sup>9</sup> Calcagno, Eduardo. *Propaganda. Comunicación política en el siglo XX*. Comunicación Gráfica Edición Diseño. Buenos Aires, 1992. Págs. 284-286.

# **CAPÍTULO 2**

## **LA ESCUELA A LA DEFENSIVA**

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR



La actitud de la escuela ante los medios de comunicación social siempre estuvo relacionada con la postura de la sociedad de la época respecto de los mismos.

En un principio, la posición de moda era la derivada de la *teoría hipodérmica*. Históricamente coincide con las dos guerras mundiales y con la difusión de la comunicación de masas.

La base de esta teoría es la denominada sociedad de masas: estructura social originada por el desarrollo de la sociedad capitalista, constituida por una agregación homogénea de individuos que son sustancialmente iguales, no diferenciables, aunque procedan de distintos lugares y grupos sociales.

El elemento central de postura es que los individuos permanecen aislados, anónimos, separados, atomizados, lo que favorece la manipulación de la audiencia ante su debilidad, indefensión y pasividad.

Cada miembro del público de masas es personal y directamente atacado por el mensaje.

Es notable la influencia del conductismo en esta teoría. De esta postura psicológica se extrae el modelo comunicativo: Emisor → Receptor, según el cual una persona alcanzada por un mensaje puede ser controlada, manipulada e inducida a actuar. El poder persuasivo del medio es infinito e inevitable.

Ante esta corriente de investigación la educación tomó una actitud apocalíptica frente a los medios de comunicación social, la cual perduró hasta mediados de la década del 60.

Para Zbigniew Brzezinsky, consejero del presidente estadounidense Jimmy Carter en los años 1977-1981, los medios masivos de comunicación no sólo no ponen obstáculos, sino que tienden a estimular la parte opuesta, a alimentar “la corrupción moral y decadencia cultural”.

Estos medios de comunicación pusieron la cultura, antes reservada a la elite, al alcance de todos, popularizando los saberes.

“La mera idea de una cultura compartida por todos, producida de modo que se adapte a todos, y elaborada a medida de todos, es un contrasentido monstruoso. La cultura de masas es anticultura (...) ante la cual el hombre de cultura (último superviviente de la prehistoria, destinado a la extinción) no puede más que expresarse en términos de Apocalipsis”.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. Editorial Lumen. Primera edición 1968, undécima edición 1993. España. Pág. 28.

Al referirse a la televisión, los apocalípticos la consideraban la principal causante de los males de la época: individualismo creciente, disminución de la lectura, decaimiento del nivel cultural, etc.

*Giovanni Sartori*, en su libro *Homo Videns* adopta también una posición apocalíptica al considerar como inculta a la cultura audiovisual, lo que no la vuelve cultura.

Afirma que “los medios de comunicación, y especialmente la televisión, son administrados por la subcultura, por personas sin cultura”, por lo que todo lo que producen genera un debilitamiento de la capacidad de abstracción y de conocimiento del homo sapiens llevándolo a la incapacidad de pensar.

También *Enrique Rojas*, catedrático de Psiquiatría en Madrid expresó:

“La televisión provoca el mismo fenómeno que el de la droga: crea adicción. Es la conducta repetitiva que se va haciendo hábito y de la cual es muy difícil sustraerse; tanto, que las personas con escasos recursos intelectuales, o poca curiosidad por llenar su ocio con una afición o un hobby bien definido, quedan atrapadas en esta malla una y otra vez. Entonces podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que la televisión es casi todo su alimento intelectual. De ahí se derivará un hombre escasamente culto, pasivo, entregado siempre a lo más fácil: apretar un botón y dejarse caer, porque todo se reduce a pasto para sus ojos. (...)”

En este marco no demasiado positivo —dado que la televisión pocas veces es educativa—, aparece un fenómeno nuevo: la posibilidad de entretenerse cambiando de canal sucesivamente. Esta segunda adicción televisiva puede llegar a ser más fuerte que la primera. (...)

Así pues, el hombre pegado a la televisión es un ser desmantelado de cultura, que se mueve por la baliza de la indiferencia producida por la saturación de antagonismos. Ver la televisión sin espíritu crítico es caer en una jungla de manipulaciones que lleva a un narcisismo febril. El hombre, entonces, se torna frágil, individualista, incapaz de renunciar a nada”.<sup>2</sup>

Frente a esta situación la escuela adoptaba dos posiciones extremas: los medios de comunicación podían simplemente ignorarse o combatirse.

---

<sup>2</sup> Rojas, Enrique. *El hombre light. Una vida sin valores*. Ediciones temas de hoy, colección fin de siglo. Primera edición 1992. 8ª edición, Madrid, 1994. Págs. 75, 76 y 83.

“Si los medios eran claramente una especie de enfermedad cultural, la enseñanza de los medios estaba pensada para proporcionar protección contra ellos.

La enseñanza de los medios era una enseñanza **contra**<sup>3</sup> los medios”.<sup>4</sup>

La escuela adoptaba el *paradigma "vacunador"*, permitiendo la entrada de una pequeña porción de los medios en la clase sólo para vacunar al alumno de un modo más eficaz contra ellos.

Ante la *inevitable y siempre nefasta* presencia de los medios, hasta mediados de la década del sesenta en el ámbito escolar se adoptó una pedagogía paternalista y defensiva.

A principio de los sesenta surge el segundo paradigma histórico de la educación audiovisual: *el paradigma del arte popular*, centrado en la idea de que la cultura popular era tan capaz de producir auténticas obras de arte como la cultura elevada.

Pero a mediados de los setenta se derrumbó porque continuaba siendo un paradigma proteccionista, evaluador (sin un criterio comúnmente aceptado para evaluar los medios), que tendía a identificar lo "bueno" con los gustos de la clase media (profesores) y lo "malo" con los de la clase trabajadora (alumnos).

Estas posturas evaluadoras y apocalípticas fueron en algunos casos reemplazadas, y en otros convivieron con una teoría integrada que utilizaba los medios sin sometimiento crítico alguno.

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

---

<sup>3</sup> La negrita es nuestra.

<sup>4</sup> Artículo *La revolución de la educación audiovisual*, de Len Masterman en Educación Audiovisual. La enseñanza de los medios en la escuela, de Roberto Aparici. Pág. 17.

# **CAPÍTULO 3**

## **EL USO DE LO DESCONOCIDO**

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

En el polo opuesto del *apocalíptico* surge la reacción optimista del *integrado*, quien ante la televisión, los periódicos, la radio, el cine, las historietas, la novela popular, los afiches, etc. pone los bienes culturales a disposición de todos, ampliando el campo cultural de los receptores.

La radicalización de la postura lleva al punto de no reducir a los medios a ningún tipo de discusión o cuestionamiento.

Desde esta posición la escuela utiliza los medios de comunicación ciega y acríticamente, sin someterlos a ningún tipo de estudio o análisis.

Podría encuadrarse dentro de esta corriente *el uso de las nuevas tecnologías para la educación*, es decir, la planificación, preparación y uso de los recursos y materiales que implica la visión y el sonido con fines educativos, ya sea como recurso pedagógico o como medio para la educación a distancia.

Entre los soportes utilizados se encuentran las películas, la televisión, las transparencias, las cintas de video, las cintas de audio, los ordenadores, los videodiscos y todo otro recurso que sirva de apoyo pedagógico en el dictado de las distintas materias y contenidos tradicionales.

Por otro lado, las nuevas tecnologías se utilizan para difundir conocimientos a través de la *educación a distancia*.

La educación a distancia consiste en un método de aprendizaje en el que no es necesaria la presencia física de un profesor como es lo tradicional.

A finales del siglo XX, el desarrollo de las tecnologías de la comunicación, en sus más recientes fases de los multimedia y de lo interactivo, abre nuevas posibilidades, individuales e institucionales para una expansión sin precedentes del aprendizaje en casa, a tiempo parcial.

En una sociedad moderna la demanda de educación y formación no será satisfecha, por lo que se necesitará una educación a distancia o tele-educación.

La instrumentación de este sistema de enseñanza consiste en el autoaprendizaje y en lo que *Paulo Freire* llamó "educación bancaria", porque existe un emisor que es quien tiene todo el saber y lo difunde, mediante un medio de comunicación, al alumno-ignorante que no participa del proceso sino como receptor de los conocimientos.

En este tipo de educación es necesario potenciar a los educandos como emisores para que mediante el diálogo se vea favorecido el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Este tipo de educación deja de lado el diálogo y el intercambio de experiencias entre el docente y el alumno, rasgo indispensable de todo proceso exitoso de educación.

Una alternativa a este sistema es lo que la Universidad Nacional de Lomas de Zamora denominan “*educación con presencialidad mediatizada*”.

El sistema se basa en la transmisión satelital de una señal de televisión que podrán recepcionar aquellos lugares que cuenten con el decodificador adecuado. Además, la recepción no la realizará el alumno en forma aislada, sino en aulas diseñadas para la recepción en grupo, pero con el profesor emitiendo desde un aula central a través del televisor.

El rector de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, licenciado Omar Szulak, director de la línea de investigación de redes virtuales de educación y director del laboratorio de medios de la universidad, explicó cómo funciona el método educativo que el Ministerio de Educación ha catalogado como un sistema de educación a distancia, aunque las autoridades de la casa de altos estudios prefieren denominar “sistema de presencialidad mediatizada”.

“La propia universidad ha montado su red satelital con su estación terrena de transmisión, que está ubicada en el Laboratorio de Medios (en la sede de la UNLZ) y lo que denominamos aulas virtuales. Un aula virtual es básicamente un lugar donde se puede rutear audio, video y datos de retorno al aula central, y a su vez de allí se redistribuye la señal a las demás aulas virtuales que estén instaladas en los diferentes puntos geográficos del país. El aula central estará ambientada con recursos multimedias de acuerdo con la temática de la materia que se dicta”.<sup>1</sup>

La opción por la denominación de “educación con presencialidad mediatizada” se debe a que la red permite tener *feedback* en tiempo real entre el alumno y el docente, lo que incluiría la capacidad de diálogo. Esta es la principal diferencia con otros sistemas de educación a distancia, como el puesto en marcha por la Universidad de Quilmes u otros a través de Internet, ahí el vínculo de tiempo real se rompe.

Esta opción educativa puede formar una red de educación presencial mediatizada conformada por las distintas aulas virtuales montadas, las cuales a su vez podrán intercambiar experiencias y conocimientos entre sí, todo a través del aula central.

---

<sup>1</sup> Declaraciones obtenidas el 27 de abril de 1999 en ocasión de una conferencia de prensa para la presentación del aula virtual en la localidad de Del Viso en el Partido de Pilar.



“La emisión que se hará de la materia será en vivo, y controlada permanentemente por dos especialistas: uno en medios y otro de la parte didáctica-pedagógica, quienes cuidarán la forma y la calidad del producto emitido”.<sup>2</sup>

Por el contrario, la *Universidad Virtual* que puso en funcionamiento la Universidad Nacional de Quilmes consiste en la emisión de las clases por Internet, dándole la posibilidad a los alumnos de cursar las materias desde su casa.

Esta modalidad de cursada no presencial implica, a igual que la de la UNLZ, asistir a la universidad para rendir los exámenes.

Si bien los alumnos recibirán por correo el material escrito con el contenido de las asignaturas, las páginas de Internet servirán de apoyo y contribuirán a que el estudiante tenga acceso a la bibliografía complementaria. La relación con el profesor tutor se realizará mediante el correo electrónico, lo que elimina la comunicación en tiempo real que ofrecía el sistema con presencialidad mediatizada de la UNLZ.

La *alfabetización audiovisual* que se propone en este trabajo no tiene relación con la utilización de los medios de comunicación audiovisual para la enseñanza a distancia, ni como recursos pedagógicos.

El uso de las tecnologías de la comunicación como el correo electrónico, el fax, el ordenador y la videoconferencia, además de los servicios prestados por los satélites, reduce las barreras del espacio y del tiempo. El uso de esas tecnologías está en aumento y ahora es posible formar a una audiencia muy dispersa con videos y audios, obteniendo otros datos mediante los cuales se pueda evaluar los trabajos de los alumnos. En el futuro, es probable que el video de doble banda permitiera transmitir información por todas las redes terrestres. Pero esto no guarda relación con la *alfabetización audiovisual* que se plantea.

Si bien es cierto que al tiempo que se avanza en los descubrimientos y recursos tecnológicos se incrementan las potencialidades educativas, la mera utilización de estos avances no implican la aceptación crítica de los mismos.

El desarrollo de la tecnología de los ordenadores, de los videodiscos y los discos compactos, ha dado a la tecnología de la educación mejores herramientas con las cuales trabajar. Los discos compactos se utilizan para almacenar grandes cantidades de datos, como enciclopedias o películas. Con los nuevos equipos interactivos con ordenadores y CD-ROM, CD-I, o videodiscos, un estudiante interesado en cualquier asunto puede en

---

<sup>2</sup> *Ibidem.*

cualquier momento utilizar una enciclopedia electrónica, además ver una película sobre el mismo tema o buscar aspectos relacionados con sólo presionar un botón.

Estas estaciones de aprendizaje combinan las ventajas de presentar los materiales con dibujos, películas, televisión y la instrucción añadida mediante el ordenador. Con las más nuevas tecnologías, aún en desarrollo, será muy normal aprender y entretenerse.

Las películas culturales sobre diferentes temáticas y otros procedimientos de educación audiovisual pueden convertirse pronto en elementos indispensables en la instrucción escolar. En muchas escuelas de los países desarrollados ya se utilizan equipos audiovisuales para presentar fotos, pósteres, mapas, diapositivas, transparencias, videos y otros materiales.

Los programas radiofónicos educativos han permitido ampliar considerablemente el acceso a la educación. Las escuelas han comenzado a conectarse con Internet y utilizar datos recibidos vía satélite o en CD-ROM. Los rápidos avances de la tecnología informática tendrán probablemente una gran repercusión en la educación.

“Se asiste en la actualidad a una revolución tecnológica en la que se producen cambios rápidos y bruscos en la forma como la gente vive, trabaja y se divierte. Como el ritmo del avance tecnológico no parece que vaya a frenarse, el reto está en aprender a adaptarse a los cambios con el mínimo de esfuerzo físico o mental. Para conseguirlo, los sistemas de aprendizaje y aquellos que los manejan deben preparar a las personas a trabajar con las nuevas tecnologías con seguridad y de forma adecuada, y a superar con solvencia los cambios constantes en las nuevas formas de trabajar, haciendo del aprendizaje un proceso natural permanente”.<sup>3</sup>

Los docentes deben incorporar las nuevas tecnologías al servicio de la educación, sin convertirse en esclavos de sus avances, ni admiradores pasivos de sus posibilidades.

En cambio, deben ofrecer los parámetros adecuados desde dónde comprender y saber utilizar las nuevas tecnologías para una mejor calidad de vida y de enseñanza.

---

<sup>3</sup>*Nuevas tecnologías en la educación*, Enciclopedia Microsoft® Encarta® 99. © 1993-1998 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

# **CAPÍTULO 4**

## **LA RECEPCIÓN ACTIVA**



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

En una concepción del receptor activo se encuadra la *teoría de los usos y gratificaciones*.

Esta hipótesis concibe a la audiencia como activa, porque al consumir los mensajes de los medios busca una finalidad: la satisfacción de ciertas necesidades.

De esta manera los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades.

Los receptores están capacitados para ofrecer razones lógicas de sus propios intereses y motivos, aunque no siempre están entrenados para hacerlo. Pero esta aptitud puede enseñarse y esa será una de las funciones de la *educación audiovisual*.

Con la aparición de esta teoría, los estudios sobre los efectos pasan de la pregunta ¿qué hacen los medios a las personas? al interrogante ¿qué hacen las personas con los medios?.

De esta forma *Katz-Gurevitch-Haas*<sup>1</sup> establecen cinco clases de necesidades que los medios satisfacen: necesidades cognoscitivas (adquisición y refuerzo de los conocimientos y de la comprensión), necesidades afectivas-estéticas (refuerzo de la experiencia estética, emotiva), necesidades integradoras en el ámbito de la personalidad (seguridad, estabilidad emotiva, incremento de la credibilidad y del status), necesidades integradoras en el ámbito social (refuerzo de los contactos interpersonales, con la familia, los amigos, etc.) y necesidades de evasión (relajación de las tensiones y de los conflictos).

Si bien la televisión tiene la función principal de entretener, también puede satisfacer necesidades relacionadas con el conocimiento, al ser una importante fuente de noticias y una de las principales para los alumnos.

*Umberto Eco* explica en su libro *Apocalípticos e Integrados* que en el momento en que el receptor se sienta ante la pantalla se produce lo que *Cohen-Séat* llama "fortuitismo inicial". Esto significa que se está ante una superficie blanca esperando algo que aún no se sabe qué es, pero se desea.

Desde el momento en que aparece la imagen se activan distintas posibilidades de compromiso psicológico: la separación crítica más total (el receptor se levanta y se marcha molesto), el juicio crítico que acompaña a la fruición, el abandono inadvertido a

---

<sup>1</sup> Katz, E; Gurevitch, M.; Haas, H. *On the use of mass media for important things*. American Sociological Review, 1973. Págs. 164-181.

una evasión irresponsable, la fascinación, la participación o la hipnosis (extremo patológico de la exposición televisiva).

Lo que se intentará a partir del *alfabetismo audiovisual* es crear un juicio crítico que acompañe a la fruición para disminuir el abandono inadvertido a la evasión irresponsable.

El autor italiano sostiene que son pocas las posibilidades de vigilancia crítica. El espectador culturalmente dotado posee una tenue vigilancia, la masa pasa desde un fortuitismo inicial a un estado de participación-fascinación.

*Hodgson* señala que el proceso cognitivo puede situarse en uno de los cuatro rangos siguientes de actividad:

- automático: mecánico, sin grado de conciencia.
- sensitivo: cierto rango de experiencia según la conciencia.
- consciente: explícita y manifiesta la experiencia y el modo en que se adquiere.
- creativo: además de la conciencia introduce la capacidad real de manipular y combinar elementos y relaciones para dar lugar a nuevas experiencias.

La forma más habitual de uso de la televisión se da entre los niveles automático y sensitivo, generando un uso rutinario del medio.

Saber usar la televisión implicará un receptor que logre una utilización consciente y creativo del medio.

Un buen uso de la televisión debe consistir en un acto consciente, voluntario e intencional, con unas ciertas competencias que permitan comprender el lenguaje, el funcionamiento y las posibilidades programáticas del medio.

Todas estas aptitudes hacen del receptor una parte activa en el proceso de recepción televisiva.

Un dato para tener en cuenta cuando se habla de recepción televisiva es que ésta no se reduce al momento de exposición ante la pantalla, sino que es un “proceso mediado que antecede y prosigue al mero momento de estar frente a la pantalla”<sup>2</sup>.

Tampoco es una relación simple entre un emisor y un receptor, como sostenía la teoría hipodérmica y otras sucesivas sobre el proceso de la comunicación. *Guillermo Orozco Gómez* sostiene que

---

<sup>2</sup> Orozco Gómez, Guillermo. *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio*. Universidad Iberoamericana. México, 1991. Pág. 9.

“conceptualmente es necesario asumir que la relación entre TV y receptores es compleja y muchas veces conflictiva, que trasciende el mero momento de estar frente a la pantalla. No es una relación unívoca y directa, sino por el contrario, está mediatizada por distintos elementos situacionales, institucionales, culturales, económicos, políticos”.<sup>3</sup>

El autor mexicano entiende la recepción como un proceso de *Mediación Múltiple*.

La mediación es entendida por *Orozco Gómez* como el conjunto de influencias que estructuran el proceso de aprendizaje y sus resultados, provenientes tanto de la mente del sujeto como de su contexto socio-cultural. Esto incluye las intervenciones de los agentes sociales e instituciones en el proceso de recepción televisiva de los niños.

Estas mediaciones podrían conceptualizarse de la siguiente manera:

Las *mediaciones cognoscitivas* son aquellas que inciden en el proceso del conocimiento, que no es sólo racional sino también emocional y valorativo. Están formadas por ese “conjunto de ideas, repertorios, esquemas y “guiones mentales” que influyen en nuestro proceso de percepción, procesamiento y apropiación de los mensajes propuestos por los medios”<sup>4</sup>.

La *mediación cultural* influye a su vez el proceso de conocimiento. La cultura determina muchos aspectos de la persona humana y orienta el proceso global de conocimiento, al sancionar lo que es productivo y lo que no conocer y su forma de interpretarlo.

Las *mediaciones de entorno*, compuestas por las mediaciones dadas a partir de las características situacionales de la interacción dentro del hogar; los elementos más contextuales de la recepción (el lugar de origen y de residencia, nivel educativo, trabajo, visiones y ambiciones, etc.); y las estructurales (clase social, étnica, edad, estrato socioeconómico, etc.).

El telespectador continuamente interactúa en distintas instituciones sociales. En cada una de ellas recoge, intercambia y produce sentidos y significados. La influencia de las instituciones sociales constituye una *mediación institucional* en el proceso de recepción, porque mucho de lo que el televidente presenta ante la exposición televisiva

---

<sup>3</sup> Op. cit. pág. 23.

<sup>4</sup> Aparici, Roberto (coord.). *La revolución de los medios audiovisuales. Educación y nuevas tecnologías*. Ediciones de la Torre, 2ª edición corregida y aumentada. Madrid, 1996. Págs. 210-211



es el resultado de su interacción y aprendizaje anterior en contacto con las instituciones en las que interactuó. Por otro lado, mucho de lo que lleva a las instituciones sociales es extraído de la televisión.

Estas mediaciones institucionales sirven tanto de "escenarios" en donde transcurre la recepción y en los que se dan las múltiples apropiaciones y reapropiaciones de los mensajes, como de "referentes" y fuentes de provisión de super temas.

La institución es aquella cosa fundada o establecida. En general, se designa como instituciones a ciertos grupos u organizaciones sociales que defienden determinados usos y costumbres.

Desde este concepto sin duda la televisión es una joven institución, bien fundada en la sociedad y bien aferrada a la cultura de nuestro tiempo. Como toda institución interactúa con las otras y "compite" por captar más adeptos a sus valores, usos y costumbres.

Desde el punto de vista sociológico se considera como una institución los mismos usos y costumbres que, de alguna manera, gobiernan la conducta de un individuo.

Entre las instituciones más importantes se encuentra la familia. Pero ésta no está aislada en el cumplimiento de su función social, colaboran con ella otras instituciones como la iglesia, la escuela, el club, los amigos, el barrio, etc. A la lista podríamos anexar, sin temor a equivocarnos, a la televisión.

Por último, las *mediaciones videotecnológicas*. A diferencia de otras instituciones, la televisión también es un medio técnico de comunicación que ejerce su influencia en la recepción. Esta mediación consiste fundamentalmente en una naturalización de la significación de la realidad que se lleva a cabo de diversas maneras: la "creación" de noticias, la presencialidad del receptor, la construcción de verosimilitud y la apelación emotiva (característica determinante de la imagen).

El *Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística de Chile (CENECA)*, también aborda el tema de la recepción televisiva desde la óptica de las mediaciones, estudiando la influencia de la televisión desde la recepción.

De esta manera constatan la importante influencia grupal en la construcción del sentido que las personas confieren finalmente a los mensajes televisivos y la influencia de la familia –mayor que la del colegio, según sus estudios-.

El significado televisivo y las resignificaciones se van construyendo en confrontación con las percepciones de los hijos, los esposos, los vecinos, los compañeros, las organizaciones civiles o religiosas, etc.

Además de estas mediaciones institucionales, la perspectiva chilena cree que existe otro tipo de mediación impuesta por la diversidad de géneros televisivos. El televidente va realizando un proceso diacrónico de aprendizaje y tipologización de la diversidad de géneros. Cada género televisivo ofrece distintas pautas para su recepción que el telespectador ya conoce de antemano antes de la exposición al mismo.

El contexto del televidente también ejerce una importante influencia en la recepción televisiva.

Estas mediaciones pueden relacionarse con los filtros de *Abraham A. Moles*, los cuales se desarrollan dentro de cada uno permitiendo seleccionar informaciones para salvar nuestra interioridad.

Los filtros culturales son la *memoria del mundo*, formada a raíz de la acumulación de experiencias en la historia de la humanidad, se concreta en los museos, exposiciones, bibliotecas, etc.

El *retablo de conocimientos* es el resultado de la anterior, sirve de canal de interpretación de los mensajes que van circulando por los circuitos comunicativos que determinan la cultura.

Por último el *retablo sociocultural*, resultado del flujo de los mensajes de los medios de comunicación sobre la historia y los factores sociales cambiantes.

Ahora bien, la recepción no es sólo un proceso de multimediasiones, sino también es una *interacción* en distintas direcciones: con el medio, con el género programático, con el mensaje, con la cultura, con las instituciones, con lo que ha sido denominado grandes temas que influyen en nuestra significación de lo real. Estos grandes temas, que Paulo Freire llamaría temas generadores, están estrechamente relacionados con la teoría de la agenda setting, según la cual los medios nos dicen sobre lo que tenemos que pensar y cómo hacerlo.

Desde esta nueva perspectiva se hace más difícil el estudio de la recepción televisiva, ya que no sólo habrá que investigar a los emisores y a los receptores, sino también la influencia que ejercen las mediaciones y los filtros en esta relación. Pero a la vez que se complica el estudio, éste es más exhaustivo.

Hay que reconocer que el proceso de recepción televisiva se encuentra condicionado e influenciado por distintos factores que hacen que la intención del emisor

al emitir un mensaje sea *desviada* en el camino hacia el polo receptor. Esta concepción rompe con la teoría lineal de emisor-mensaje-receptor y sobre todo con la de la aguja hipodérmica (estímulo-receptor-efecto).

Los sentidos y significados de los mensajes son producto de las mediaciones más que de los objetivos del emisor. Comprender ésto ayudará a trabajar sobre esas mediaciones para plantear alternativas de aprendizaje que permitan una decodificación de mensajes más crítica y racional.

“De aquí la importancia de indagar por las mediaciones familiares y escolares de que son objeto los niños en formación, porque es a través de su articulación distinta que puede sustentarse un programa de educación para la TV que involucre tanto al niño como a sus padres y maestros”.<sup>5</sup>

Así se pasa de una teoría de los efectos a una de las mediaciones. Estas mediaciones que se interponen entre el emisor y el receptor pueden provenir, como explicamos anteriormente, del mismo sujeto, del entorno sociocultural, de las instituciones, de los conocimientos, del contexto de la decodificación, de la intencionalidad del emisor y de las características propias de la TV en tanto medio técnico e institución cultural productora de sentido y significados.

Orozco Gómez introduce el concepto de *guión* para estudiar cómo ocurre la mediación en el aprendizaje de los niños, específicamente en el aprendizaje de la TV.

El guión es una

“representación de un evento jerárquicamente ordenado, organizado típicamente hacia la consecución de una meta o conjunto de metas”<sup>6</sup>.

Los niños desarrollan guiones para poder interactuar con el mundo externo. Los guiones les dan a los niños pautas para actuar de acuerdo con una representación generalizada de lo que entienden se espera de ellos. Estos guiones se aprenden a través de la interacción social. Son generalizaciones de lo que usualmente ocurre en determinados ambientes. Se van formando naturalmente por la observación.

Como instituciones con fines establecidos, la familia, la escuela y la TV comercial tratan de influenciar la educación de los niños dando valores y significados a sus guiones. Estos guiones no siempre persiguen el mismo fin ni son de la misma naturaleza.

---

<sup>5</sup> Op. cit. pág. 56

<sup>6</sup> Durkin, K. *Television, Sex Roles and Children*. Open University Press, Filadelfia, 1985. Pág. 19.